PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

RUSTANDI

Universitas Komputer Indonesia

www.Unikom.ac.id

ABSTRAK

Oleh : Rustandi Nim : 21211019 Judul : Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Rajut Binongjati Bandung, Di Bawah Bimbingan : Dr.Rahma Wahdiniawaty,. Dra., M.Si.

Usaha Mikro Kecil Menengah yang terus mengalami perkembangan ditandai dengan semakin banyaknya UMKM yang bermunculan dengan menawarkan produk yang beraneka ragam dan inovatif yang mana salah satu UMKM yang mengalami perkembangan tersebut adalah sentra rajut Binongjati Bandung, berdasarkan survey awal penulis mendapatkan permasalahan yang terdapat di lokasi penelitian mengenai orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing yaitu kurang maksimalnya orientasi pesaing, komitmen pembelajaran dan penciptaan produk yang unik dari perusahaa.Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur sejauh mana hubungan antara orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing dan membandingkannya dengan teori dan konsep yang ada

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif, sedangkan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling, dengan pengambilan sampling secara acak terhadap tujuh puluh lima pemilik toko pada sentra rajut Binongjati Bandung Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji

hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji koefisien regresi parsial serta f-statistik untuk menguji koefien korelasi hipotesis simultan dengan tingkat signifikan lima persen

Berdasarkan hasil uji regresi dinyatakan bahwa orientasi pasar dan orientasi pembelajaran mendapatkan hubungan yang positif terhadap keunggulan bersaing di sentra rajut Binongjati Bandung. Hasil uji hipotesis simultan maupun parsial menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi pembelajaran secara bersama – sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, Keunggulan Bersaing

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi bisnis belakangan ini terus mengalami peningkatan yang signifikan baik dari segi kualitas persaingan, maupun dari kuantitas atau banyaknya perusahaan yang ada dan terus berkembang. Salah satu jenis perusahaan yang berpotensi mengalami perubahan lingkungan bisnis tinggi adalah perusahaan berskala menengah kebawah atau yang lebih dikenal dengan UMKM. Selain semakin banyaknya jumlah usaha kecil dan menengah yang berkembang, UMKM juga harus terus bersaing dengan produk luar negeri yang masuk ke pasar dalam negeri. Keunggulan bersaing menjadi hal yang sangat diinginkan bagi berbagai jenis usaha, karena jika perusahaan memiliki keunggulan dalam bersaing,maka dapat dikatakan produk dari perusahaan tersebut menjadi pilihan utama bagi konsumen. Orientasi pasar dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan kinerja yang baik dibandingkan dengan perusahaan lain pada bidang yang sejenis, maupun bidang yang berbeda. Terlebih lagi jika perusahaan tersebut terbiasa dalam melakukan pembelajaran – pembelajaran mengenai lingkungan bisnis atau lebih tepatnya melakukan orientasi pembelajaran. Orientasi pembelajaran yang dilakukan oleh perusahaan pada dasarnya akan menambah pengetahuan dan pengalaman dari setiap bagian dalam perusahaan untuk menghadapi lingkungan

persaingan dalam lingkup industry. Berdasarkan hasil dari tanggapan pemilik usaha di sentra rajut Binong Jati Bandung mengenai variabel – variabel dalam penelitian ini, maka didapatkan beberapa hal yang harus lebih dtingkatkan untuk memperoleh keunggulan yang maksimal. Salah satu penyebab keungulan bersaing yang kurang maksimal di sentra rajut Binong Jati Bandung adalah karena belum dilakukannya aplikasi orientasi pasar secara menyeluruh, seperti contohnya orientasi pesaing. Selain itu juga pembentukan komitmen belajar yang termasuk dalam orientasi pembelajaran belum dijalankan secara optimal. Dari berbagai pemaparan diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang penulis ambil berdasarkan identifikasi masalah diatas, yang mana antara lain :

1. Bagaimana tanggapan pemilik usaha mengenai orientasi pasar pada sentra rajut Binong Jati Bandung
2. Bagaimana tanggapan pemilik usaha mengenai orientasi pembelajaran pada sentra rajut Binong Jati Bandung
3. Bagaimana tanggapan pemilik usaha mengenai keunggulan bersaing pada sentra rajut Binong Jati Bandung
4. Seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada sentra rajut Binong Jati Bandung secara simultan maupun pasial

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pemilik usaha mengenai orientasi pasar pada sentra rajut Binong Jati Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pemilik usaha mengenai orientasi pembelajaran pada sentra rajut Binong Jati Bandung
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pemilik usaha mengenai keunggulan bersaing pada sentra rajut Binong Jati Bandung

4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada sentra rajut Binong Jati Bandung secara simultan maupun parsial.

1.4Kegunaan Penelitian

Adapun tulisan ini penulis harapkan bisa memberikan manfaat bagi banyak pihak yang menggunakan tulisan ini, antara lain :

1.4.1 Kegunaan Praktis

1.Manfaat Bagi Penulis

Untuk lebih memahami dan menambah wawasan yang lebih luas mengenai bagaimana orientasi pasar, orientasi pembelajaran serta keunggulan bersaing yang sesuai dengan teori ataupun ilmu yang telah ada.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan yang diteliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat memahami lebih lanjut tentang orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan keunggulan bersaing serta sebagai bahan pertimbangan dalam rangka memperbaiki kelemahan – kelemahan yang ada agar perusahaan akan semakin baik kinerjanya dan akan lebih mampu bersaing dengan kompetitor.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1.Manfaat bagi program studi
Sebagai penambah referensi dan sebagai bahan perbandingan dengan tulisan – tulisan sebelumnya khususnya tentang Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran

2.Manfaat bagi penulis lain
Sebagai bahan referensi yang bisa dipakai apabila penulis lain ingin dan tertarik membuat tulisan yang sama dengan penulis

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Orientasi Pasar

menurut Jaworski dan Kohli (1993) dalam Sosio Humaniora (2012:29) menyebutkan bahwa orientasi pasar (Market Orientation) adalah perspektif organisasional yang mendorong tiga aspek utama yakni: (1) upaya pengumpulan intelegensi pasar secara sistematik dengan sumber utama pelanggan dan pesaing, (2) penyebaran intelegensi pasar kepada semua unit atau departemen dalam organisasi dan (3). Respon organisasi terkoordinasi dan menyeluruh terhadap intelegensi pasar. Pada dasarnya tujuan didirikannya suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.Sedangkan menurut Kotler (2009:8) menyebutkan bahwa orientasi pasar merupakan pemikiran tentang pemasaran yang berorientasi pasar serta kreativitas pemasaran akan menghasilkan peningkatan dalam volume suatu penjualan yang mana orientasi dibagi menjadi indikator sebagai berikut

1.Orientasi konsumen

Kotler (2009:12) menyebutkan bahwa orientasi konsumen merupakan budaya organisasi yang senantiasa mencari informasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhinya. Orientasi konsumen meliputi:

a. penciptaan kepuasan konsumen,
b. pemahaman terhadap kebutuhan konsumen,
c. upaya meningkatkan nilai produk yang ditawarkan pada konsumen
d. memberikan layanan purna jual/layanan pendukung.

2. Orientasi pesaing

Kotler (2009:13) menyebutkan bahwa orientasi pesaing merupakan budaya perusahaan yang senantiasa mencari informasi tentang strategi dan produk yang ditawarkan oleh pesaing dalam rangka memenangkan persaingan Orientasi pesaing meliputi:

a.merespon dengan cepat ”serangan” pesaing,

b. pimpinan mendiskusikan dengan pekerja tentang kekuatan pesaing dan strategi untuk menghadapi persaingan,
c. aktif memantau strategi pesaing,
d. meningkatkan keunggulan bersaing melalui target konsumen.

3. Koordinasi antar fungsi

Kotler (2009:15) menyebutkan koordinasi antar fungsi yang saling terkait ditunjukan melalui desiminasi informasi pasar kepada anggota organisasi maupun keterlibatan SDM dalam kegiatan pemasaran dan pengembangan produk.

Koordinasi antar fungsi, meliputi:

a. membagi informasi tentang konsumen kepada semua fungsi yang ada pada lingkup usaha,
b. semua SDM mengetahui informasi pasar,
c. memberikan kontribusi guna peningkatan nilai bagi pelanggan,
d. SDM terlibat dalam pengembangan produk baru.

2.1.2 Orientasi Pembelajaran

Menurut Gervin dalam Bagas Prakoso (2005;42-43) orientasi pembelajaran adalah sebagai suatu proses dimana organisasi atau perusahaan belajar untuk memiliki keahlian dalam menciptakan, mempelajari dan mentransfer pengetahuan serta sikap dari perusahaan untuk merefleksikan hasil belajar dari perusahaan. Panayides (2005: 80) menyebutkan bahwa orientasi pembelajaran adalah orientasi yang mengacu pada kegiatan organization-wide dalam menciptakan dan menggunakan pengetahuan untuk meningkatkan keuntungan kompetitif. Orientasi dibagi menjadi indikator sebagai berikut

1. **Komitmen belajar**

   Komitmen terhadap pembelajaran terkait dengan pembahasan Senge dalam BagasPrakoso(2005;43) mengenai prisip-prinsip pembelajaran, Tobin dalam Bagas Prakoso (2005;43) tentan“berpikirberdasarkan fakta”, serta Galer dan Van Der Heijden dalam Bagas Prakoso (2005;43) meyakini bahwa “budaya yang sejalan dengan proses pembelajaran” merupakan suatu hal yang penting bagikemampuan untuk

mengembangkan pemahaman terhadaplingkungannya dari waktu ke waktu.

2. **Berbagi visi**

   Dalam hal ini pemikiran yang terbuka dikaitkan dengan apa yang disebut dengan proses tidak belajar / *unlearning* hal ini dikemukakan oleh Nystrom dan Starbuck dalam Bagas Prakosa (2005:43) Pemikiran yangterbuka merupakan suatu nilaiorganisasi yang mungkin penting agar upaya-upaya yang dilakukan dalam proses tidak belajar tersebut terkuak

3. **Keterbukaan pemikiran**

   Visi bersama berbada dengan komitmen terhadap pembelajaran dan pikiran terbuka dimana ia mempengaruhi arah dari pembelajaran, sementara komitmen dan pemikiran yang terbuka mempengaruhi intensitas pembelajaran. Kedua dimensitersebut (arah dan intensitas) sangat penting untuk dimasukkandalam penyusunan suatu konstruk orientasi pembelajaran yang komprehensif.

2.1.3 Keunggulan Bersaing

Pengertian keunggulan bersaing menurut Crown Dirgantoro (2001 : 88) adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. Groge dan Vickery (1994) dalam Sensi Tribuana Dewi (2006:20) berpendapat bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya yang didalamnya terdapat indikator yang antara lain

- Keunikan produk

  Adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.

- Kualitas produk

  Adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan

- Harga bersaing

Adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

2.2. Kerangka Pemikiran

Seiring dengan kemajuan yang bersifat menyeluruh dibidang perdagangan, maka perusahaan kian larut dalam persaingan yang sangat kuat. Perusahaan harus terus memperbaiki analisa maupun peninjauan dunia bisnis untuk terus dapat berkompetisi dengan perusahaan lain. Salah satu hal yang dapat menjadi pertimbangan perusahaan adalah melakukan pengamatan terhadap pasra yang dituju dari perusahan atau seringkali disebut orientasi pasar.

Orientasi pembelajaran merupakan hal yang menguntunkan perusahaan jika dilakukan dalam kondisi lingungan bisnis yang terus berubah – ubah. Orientasi pembelajaran yang maksimal dilakukan akan memberikan pengalaman bagi seluruh bagian organisasi apabila terjadi perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Keunggulan bersaing merupakan keberadaan yang sanagt penting bagi perusahaan. Semua perusahaan yang beroperasi tentunya menginginkan sebuah keunggulan dalam persaingan antar perusahaan.

2.3. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut: “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta –fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Hipotesis Utama

H1 :Terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada sentra kaos Suci Bandung

- Sub Hipotesis

H2 :Terdapat Pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada sentra kaos Suci Bandung

H3 :Terdapat Pengaruh orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada sentra kaos Suci Bandung

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Sugiyono (2010:13) mendefinisikan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal obyektif dan *reliabel* tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Keunggulan Bersaing

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan tujuan tertentu . Berdasarkan dari pengertian di atas, maka metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis obyek penelitian guna menganalisis dan membuat kesimpulan untuk membuktikan semua konsep yang telah dipakai dalam sebuah penelitian. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikat

3.2.1 Desain Penelitian

Penjelasan proses penelitian menurut Sugiyono (2008:13), dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

Proses penelitian meliputi:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian penulis yaitu pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing, dengan variabel-variabel yang diteliti dapat menjadi 2, yaitu :

1.Variabel bebas/ Independent Variable (Variabel X)

Sugiyono (2010: 39) mendefinisikan tentang variabel bebas adalah varabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini, variabel bebas yang berkaitan dengan masalah yang diteliti bersangkutan dengan fenomena yang terjadi adalah, Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran.

2. Variabel tidak bebas/ Dependent Variable (Variabel Y)

Sugiyono (2010:40) mendefinisikan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang terkait dengan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Berikut adalah sumber data dan teknik penentuan data yang dipakai penulis dalam menyelesaikan penelitian ini

3.2.3.1 Sumber Data (Data Primer dan Sekunder)

1. Data Primer

Sugiyono (2010: 137) menyebutkan bahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah pemilik unit usaha UMKM rajut Binongjati Bandung

2. Data Sekunder

Sugiyono (2010:139) mendefinisikan sumber data sekunder adalah sumber sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami

melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

A. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

B. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:119) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan random sampling berdasarkan jumlah pemilik unit usaha di sentra rajut Binongjati Bandung. Sedangkan pengertian Random sampling menurut Sugiyono (2010 : 217) adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri – sendiri atau bersama – sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung dan melakukan penyebaran kuisioner pada pemilik unit usaha di sentra rajut Binongjati Bandung yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2010 :310) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.Para ilmuan hanya bisa bekerja melalui data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

2. Kuesioner

Sugiyono (2010 : 142) berpendapat bahwa angket atau kuisioner adalah teknik pengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden dalam penyebaran kuesioner pada penelitian kali ini adalah pemilik unit usaha di sentra rajut Binongjati Bandung sebanyak 75 responden. Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban bernilai 5 sampai dengan 1. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang ditujukan kepada responden mengenai Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, serta Keunggulan Bersaing

3.Wawancara

Wawancara menurut Estenberg dalam Sugiyono (2010 : 317) adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik unit usaha di sentra rajut Binongjati Bandung.

3.2.5 Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Pengujian Secara Simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n - (k+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Orientasi pasar dan Orientasi Pembelajaran) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keunggulan Bersaing) ditolak dan sebaliknya

3.2.5.2.Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t1 = r_{x1y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x1y}^{2})}}$$

$$t2 = r_{x2y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x2y}^{2})}}$$

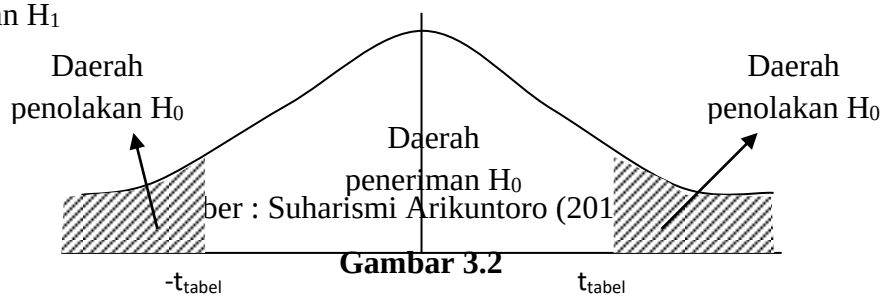
Dimana:

r = korelasi parsial yang ditentukan

n = jumlah sampel

t = thitung

Dibawah ini merupakan gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1



ber : Suharismi Arikuntoro (201

Gambar 3.2

Daerah penerimaan dan penolakan Ho

IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.3 AnalisisDeskriptif

Adalah metode analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tenpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada bagian ini akan diungkapkan hasl tanggapan responden mengenai objek penelitian , yaitu Orientasi Pasar , Orientasi Pembelajaran dan juga Keunggulan Bersaing

4.3.1 Analisis Deskriptif Orientasi Pasar Pada Sentra Rajut Binongjati Bandung

Indikator	Skor	%
Orientasi Pelanggan	780	69.33
Orientasi Pesaing	470	62.67
Koordinasi Antar Fungsi	531	70.80
Total	**1781**	

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Interval	Kriteria
20% - < 36%	Tidak Berorientasi
36,01% - < 52%	Kurang berorientasi
52,01% - < 68%	**Cukup Berorientasi**
68,01% - < 84%	Berorientasi
84,01% - 100%	Sangat Berorientasi

Berdasarkan hasil pengkategorian skor jawaban untuk variabel orientasi pasar berada dalam interval 52,01% - < 68% yang termasuk dalam kriteria cukup berorientasi. Haal tersebut menunjukkan bahwa orientasi pasar para pemilik usaha di sentra rajut Binongjati Bandung belum maksimal. Kondisi tersebut didasari dari baiknya orientasi pelanggan, koordinasi antarfungsi, dan cukup baiknya orientasi pesainf khususna dalam hal analisis strategi pesaing jangka pendek maupun jangka panjang.

Total skor tertinggi pada variabel ini terdapat pada indikator koordinasi antar fungsi sebesar 70.80% ,namun terdapat pula indikator dengan skor terendah yaitu orientasi pesaing sebesar 62.67%

4.3.2 Analisis Deskriptif Orientasi Pembelajaran Pada Sentra Rajut Binongjati Bandung

Indikator	Skor	%
Komitmen Untuk Belajar	491	65.47
Berbagai Visi	518	69.07
Keterbukaan Pemikiran	560	74.67
Total	**1569**	

Interval	Kriteria
20% - < 36%	Tidak Berorientasi
36,01% - < 52%	Kurang berorientasi
52,01% - < 68%	Cukup Berorientasi
68,01% - < 84%	**Berorientasi**
84,01% - 100%	Sangat Berorientasi

Berdasarkan hasil pengkategorian skor jawaban untuk variabel orientasi pembelajaran didapatkan hasil dalam interval antara 68,01%-< 84% yang termasuk dalam kriteria berorientasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa para pemilik toko di Sentra rajut Binongjati Bandung telah memiliki orientasi pembelajaran yang dapat dikatakan baik. Kondisi tersebut ditunjukkan dengan adanya berbagai visi, dan keterbukaan pandangan yang dijalankan dengan maksimal oleh pemilik usaha

Total skor tertinggi pada variabel ini terdapat pada indikator keterbukaan pemikiran sebesar 74.67% ,namun terdapat pula indikator dengan skor terendah yaitu komitmen untuk belajar sebesar 65.47%

4.3.3 Analisis Deskriptif Keunggulan Bersaing Pada Sentra Rajut Binongjati Bandung

Indikator	Skor	%
Keunikan Produk	495	66.00
Kualitas Produk	556	74.13
Harga Yang Bersaing	541	72.13
Total	**1592**	

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Interval	Kriteria
20% - < 36%	Tidak Baik
36,01% - < 52%	Kurang Baik
52,01% - < 68%	Cukup Baik
68,01% - < 84%	**Baik**
84,01% - 100%	Sangat Baik

Berdasarkan hasil pengkategorian skor jawaban untuk variabel keungguan bersaing didapatkan hasil dalam interval antara 68,01% - < 84% yang termasuk dalam kriteria baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa para pemilik toko di Sentra rajut Binongjati Bandung telah memiliki keunggulan dalam hal bersaing yang ditunjukkan dengan adanya kualitas produk dan harga yang terjangkau dari mayoritas unit usaha..Kondisi tersebut dapat dilihat dari baiknya harga produk dibanding perusahaan lain.

Dalam variabel ini terdapat indikator dengan skor terbesar, yaitu kualitas produk sebesar 74.13%dan terdapat pula indikator dengan skor terendah yaitu keunikan produk sebesar 66%.

4.4 Analisis Verafikatif

Adalah Analisis dalam penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan analisis yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.Pada bagian ini akan diungapkan hasl perhitungan untuk menguji seberapa besar hubungan antara kedua variabe independen, yaitu orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing

4.4.1 Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas: Berikut adalah masing – masing hasil dari uji asumsi klasik dalam penelitian ini

4.4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan mtode *Kolmogorov – Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0396574
	Std. Deviation	1,12846089
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,043
	Negative	-,069
Kolmogorov-Smirnov Z		,598
Asymp. Sig. (2-tailed)		,866

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

. Berdasarkan hasil yang didukung oleh konsep tersebut dapat diketahui bahwa distribusi data bersifat normal karena nilai Asymp. Sig bernilai diatas 0.05

4.4.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengukur kolerasi dari semua variabel bebas dalam penelitian. Berikut adalah hasil dari uji Multikolineartias dengan metode nilai VIF dalam penelitian ini

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Orientasi Pasar	,731	1,368
	Orientasi Pembelajaran	,731	1,368

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

. Dari output di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam data

4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil dari uji heteroskedasitias menggunakan softawre *spss*

Correlations

		ABS_RES
Orientasi Pasar	Pearson Correlation	-,136
	Sig. (2-tailed)	,246
	N	75
Orientasi Pembelajaran	Pearson Correlation	-,021
	Sig. (2-tailed)	,856
	N	75
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	-,032
	Sig. (2-tailed)	,788
	N	75
ABS_RES	Pearson Correlation	1
	N	75

Dari output di atas dapat dilihat bahwa nilai koefien korelasi spearman tidak signifikan karena berada dibawah batas signifikan yaitu 0,05. Selain itu, nilai p-value (Sig) yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

. Akan dihitung nilai regresi dari variabel dalam penelitian ini yang mana hasilnya adalah sebagai berikut

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	11,548	1,227		,000
	Orientasi Pasar	,213	,054	,313	,000
	Orientasi Pembelajaran	,342	,044	,612	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 11.548 + 0.213\ X1 + 0.342\ X2 + 1.227$$

Nilai yang tertera dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

11,548 artinya : Jika variabel Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu orientasi pasar dan orientasi pembelajaran atau kedua variabel bebas bernilai

0, maka besarnya rata-rata keunggulan bersaing diramalkan akan Bernilai 11,548

0,213 artinya : Untuk setiap pertambahan nilai orientasi pasar sebesar satu satuan maka diramalkan akan menyebabkan meningkatnya nilai satuan Keunggulan Bersaing sebesar 0,213. Hal tersebut berarti orientasi pasar memiliki hubungan yang searah terhadap keunggulan bersaing.

0.342artinya : Untuk setiap pertambahan nilai orientasi pembelajaran sebesar satu satuan maka diramalkan akan menyebabkan meningkatnya nilai satuan keunggulan bersaing sebesar 0.342. Hal tersebut berarti bahwa orientasi pembelajaran memiliki hubungan yang searah terhadap keunggulan bersaing.

1.227, berarti adalah nilai epselon atau tingkat pengaruh variabel lain, yang mempengaruhi keunggulan bersaing, seperti teknologi informasi, inovasi produk, orientasi kewirausahaan

4.4.2.1 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable bebas dan terikatdengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson. Maka dilakukan analisis korelasi dengan hasil sebagai berikut.

4.4.2.1.1 Kolerasi Antara Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing

Untuk menghitung kolerasi antara orientasi pasar dengan keunggulan bersaing, apabila variabel Orientasi Pasar dianggap konstan digunakan perhitungan sebagai berikut

Correlations

		Orientasi Pasar	Keunggulan Bersaing
Orientasi Pasar	Pearson Correlation	1	,642**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	75	75
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	,642**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi untuk orientasi pasar dengan keunggulan bersaing sebesar 0,642. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat dan positif antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.

4.4.2.1.2 Kolerasi Antara Orientasi Pembelajaran Dengan Keunggulan Bersaing

Untuk menghitung kolerasi antara orientasi pembelajaran dengan keunggulan bersaing, apabila variabel orientasi pembelajaran dianggap konstan digunakan perhitungan sebagai berikut

Correlations

		Orientasi Pembelajaran	Keunggulan Bersaing
Orientasi Pembelajaran	Pearson Correlation	1	,780**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	75	75
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	,780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi untuk orientasi pembelajaran dengan keunggulan bersaing sebesar 0,764. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing.

4.4.2.2 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefien Determinasi dimaksudkan untuk mengetahui persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa

persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Berikut adalah hasil analisis koefisien determanasi pada penelitian ini

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,824[a]	,678	,669	1,14376

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Hasil perhitungan diatas berarti bahwa Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran memberikan pengaruh sebesar 67.8% terhadap Keunggulan Bersaing. Sedangkan sisanya sebesar 32.2% Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak seperti Inovasi Produk, Teknologi Informasi, Loyalitas Konsumen dan variabel lain yang memiliki jumlah masing – masing pengaruh variabel yang tidak dihitung oleh penulis.

Adapula hasil dari uji koefisien determinasi ini dijelaskan secara parsial dengan mengkalikan jumlah *Standarized Coefisient Beta*dengan*Zero-Order* yang mana hasilnya adalah sebagai berikut

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations	
		Beta	Zero-order	Partial
1	Orientasi Pasar	,313	,642	,201
	Orientasi Pembelajaran	,612	,780	,477

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa besarnya pengaruh Orientasi Pasar terhadapKeunggulan Bersaingsecara parsial adalah sebesar 20.1%. Sedangkan besarnya pengaruh Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing adalah sebesar 47.7%.Jadi, total keseluruhan pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing secara bersama-sama adalah sebesar 67.8% yang mana jumlah tersebutsesuai dengan nilai koefisien determinasinya.

4.4.3. Pengujian Hipotesis

Pada pembahasan ini akan dijelaskan bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel didalam penelitian ini, yaitu Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajarn terhadap Keunggulan Bersaingbaik secara simultan atau parsial. Pembahasan ini dilakukan berdasarkan hasil regresi yang ditunjukkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 20.

4.4.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama atas suatu variabel tidak bebas digunakan ujiF.

H_0 ; $\beta_1.\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing di sentra rajut Binongjati Bandung.

H_1 ; $\beta_1.\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing di sentra rajut Binongjati Bandung.

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji:

$$F = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Kriteria Uji : 1. Terima Ho jika F hitung < F tabel

2. Tolak Ho jika F hitung ≥ F tabel

F tabel = $F_{\alpha\,;\,(df1,\,df2)}$; df1 = k , df2 = n-k-1

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	75,941	,000[b]

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar

Dari tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 75.941. Karena nilai F hitung 75,941 lebih besar daripada F tabel untuk n = 75 = 3,120, maka Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing secara simultan

4.4.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

4.4.3.2.1 Pengujian Hipotetsis Parsial Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing

$Ho_1 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh dari orientasi pasar terhadap keunggulan Bbersaing

$H_{11} : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh dari orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak H_0 jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan *SPSS 20*, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	9,409	,000
	Orientasi Pasar	3,950	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel orientasi pasar sebesar 3.950. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada

tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=75-2-1=72, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 1,666. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_1 sebesar 3.950> nilai t_{tabel} 1,666, maka H_0 ditolak. Artinya variabel orientasi pasar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

4.4.3.2.2 Pengujian Hipotetsis Parsial Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing

$Ho_1 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh dari orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing

$H_{11} : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh dari prientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak H_0 jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan *SPSS 20,* diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	9,409	,000
	Orientasi Pembelajaran	7,720	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel orientasi pembelajaran sebesar 7.720. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=75-2-1=72, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar ± 1,666. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_2 sebesar 7.720 > nilai t_{tabel} 1,666, maka H_0 ditolak. Artinya variabel orientasi pembelajaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing .

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini, yaitu pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran pada sentra rajut Binongjati Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Tanggapan responden yang merupakan pemilik usaha di sentra rajut Binongjati Bandung mengenai orientasi pasar masuk dalam interval antara 52,01% - < 68% yang termasuk dalam kriteria cukup berorientasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi pasar yang dilakukan oleh pemilik usaha cukup baik dan dapat terus ditingkatkan. Kondisi tersebut didasari oleh baiknya indicator orientasi pelanggan dan koordinasi antar fungsi dan juga cukup baiknya indicator orientasi pesaing. Total skor tertinggi ada pada indikator koordinasi antarfungsi sebesar 70.80% sedangkan indikator yang memiliki skor terendah dalam variabel ini yaitu orientasi pesaing sebesar 62.67%.
2. Tanggapan responden yang merupakan pemilik usaha di sentra rajut Binongjati Bandung mengenai orientasi pembelajaran masuk dalam interval antara 68,01%-< 84% yang termasuk dalam kriteria berorientasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran yang dilakukan oleh pemilik usaha telah baik dan dapat terus ditingkatkan. Kondisi tersebut didasari oleh baiknya indicator berbagai visi dan keterbukaan pemikiran dan juga cukup baiknya indicator komitmen untuk belajar. Total skor tertinggi pada variabel ini terdapat pada indikator keterbukaan pemikiran sebesar 74.67% ,namun terdapat pula indikator dengan skor terendah yaitu komitmen untuk belajar sebesar 65.47%
3. Tanggapan responden yang merupakan pemilik usaha di sentra rajut Binongjati Bandung mengenai orientasi pembelajaran masuk dalam interval antara 68,01% - < 84% yang termasuk dalam kriteria baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa para pemilik toko di Sentra rajut Binongjati

Bandung telah memiliki keunggulan dalam hal bersaing .Kondisi tersebut ditunjukkan dengan adanya kualitas produk dan harga yang terjangkau dari mayoritas unit usaha.Dalam variabel ini terdapat indikator dengan skor terbesar, yaitu kualitas produk sebesar 74.13%dan terdapat pula indikator dengan skor terendah yaitu keunikan produk sebesar 66%.skor terendah yaitu komitmen untuk belajar sebesar 65.47%

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi pembelajaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing secara simultan maupu parsial. Hal ini didasarkan pada adanya hubungan antara variabel orientasi pasar dan orientasi pembelajaran dengan keunggulan bersaing di sentra rajut Binongjati Bandung melalui uji hipotesis secara statistik.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Topi Margaasih Bandung, maka penulis memberikan sedikit masukan agar dapat diterima , yang antara lain adalah sebagai berikut :

1. Penerapan orientasi pasar di sentra rajut Binongjati Bandung terbilang cukup baik.H hal yang disarankan untuk ditingkatkan oleh para pemilik usaha di sentra rajut Binongjati Bandung adalah dengan meningkatkan informasi tentang kebutuhan pasar melebihi pesaing,sehingga produk dari para pelaku usaha di sentra rajut Binongjati Bandung dapat lebih diminati dibanding produk pesaing di pasar
2. orientasi pembelajaran di sentra rajut Binongjati Bandung terbilang sudah baik. Ada juga hal yang perlu ditingkatkan oleh para pemilik unit usaha di sentra rajut Binongjati Bandung yang salah satunya adalah dengan membekali karyawan dengan pentingnya pembelajaran mengenai dunia usaha dan membekali karyawannya dengan berbagai informasi dunia bisnis yang sedang berkema=bang guna diterapkan dalam perusahaan
3. keunggulan bersaing dari unit usaha yang terdapat pada sentra rajut Binongjati Bandung sudah masuk ke dalam kategori baik, namun lebih

baik lagi jika dilakukan pembuatan produk yang unik dan dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli prouk tersebut

4. Pengaruh antara ketiga variabel sudah memiliki keterkaitan yang signifikan, pada saat inilah para pemilik toko di sentra rajut Binongjati Bandung lebih dapat meciptakan keunikan produk perusahaan untuk dapat meningkatkan persaingan sehingga taraf perusahaan yang lebih tinggi sehingga profit perusahaan dapat diperoleh secara maksimal.

Namun dibutuhkan penelitian lebih lanjut lagi untuk melihat hasil – hasil lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing di sentra rajut Binongjati ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Octavia.2012. *FAKTOR-FAKTOR PENDORONG TERBENTUKNYA ORIENTASI PASAR EKSPOR BATIK JAMBI.* Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 1 No. 2 April – Juni 2012. download.portalgaruda.org/article diakses pada tanggal 10 April 2015 pukul 13.03

Ajeng Permata Putri.2014. *FAKTOR SPESIFIK YANG MENENTUKAN KINERJA PERUSAHAAN ASURANSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.* Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti Vol.1 No.12 . www.online.fe.trisakti.ac.id/ejournal/manajemen diakses pada tanggal 18 April 2015 pukul 08.20

Ali Hasan. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Marketing.* Bandung : CV. Alfabeta

Arikunto, S. 2012. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik . Jakarta : PT.Rineka Cipta.

Bagas Prakoso. 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran mempengaruhi Kinerja Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing.* Jurnal Studi

Manajemen & Organisasi Vol.2 No.1. www.eprints.undip.ac.id/15063 diakses pada tanggal 16 April 2015 pukul 00.15 WIB

Ceacilia Srimindarti.2004.*Balanced Scorecard Sebagai Alternatif Untuk Mengukur Kinerja*.Jurnal Fokus Ekonomi 2004. download.portalgaruda.org/article.php diakses pada tangal 10 April pukul 12.30

Farrel. 2000. *Pemasaran : Teori dan Praktek Sehari – hari (Edisi Ketujuh).* Jakarta : Binarupa Aksara

Husein Umar.2006.*Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan, Seri Desain Penelitian Bisnis – No 1*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada

Jahanshahi, A. A., Rezaie, M., Nawaser, K., Ranjbar, V., & Pitamber, B. K. 2012. *Analyzing the Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance : Evidence from Small and Medium Enterprises.* African Journal of Business Management, 6(15), 6486-6496. www.academicjournals.org/journal/AJBM diakses pada 19 April pukul 01.52

Kotler,Phillip.2009.*Manajemen Pemasaran*.Jakarta : Erlangga

Maramis B Joubert.2008.*Learning Orientation, Innovation and Performance.* Jurnal Megadigma Vol 2 No.1. feb.uksw.edu/project diakses pada tanggal 10 April pukul 15.15

Mulyadi dan Johny Setyawan. 2002. *Sistem Perencanaan & Pengendalian Manajemen*. Edisi ke-2. Cetakan ke-1. Jakarta: Salemba Empat

Muniya Alteza.2004.*Integrasi Orientasi Pasar,Inovasi dan Pembelajaran Dalam Organisasi Sebagai Strategi Keunggulan Kompetitif*.Jurnal Studi Bisnis,Volume 2 Nomor 1

Nanang Hanafiah. 2009. *Konsep Strategi Pembelajaran*. Bandung : CV. Alfabeta

Panayides P., 2005, *"Enhancing innovation capability through relationship management and implications for performance"*, European Journal of Innovation Management, Vol. 9. www.emeraldinsight.com/journal/ejim diakses pada tanggal 10 April pukul 19.00

Porter, Michael E. 2008. *Strategi Bersaing.*Jakarta. Karisma Publishing Group

Rivai, Veithzal dan Basri. 2005. *Performance Appraisal: Sistem Yang Tepat Untuk Menilai Kinerja Karyawan Dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Roslinawintang.2011.*PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR.* Jurnal Manajemen Pemasaran Modern Vol. 3 No.1 Januari - Juni 2011. www.unja.ac.id/online-journal/online-journal/index.php diakses pada tangal 10 April pukul 13.07

Senge,Peter.2000.*Schools That Learn.*New York

Sony Yuwono.2002. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balnced Scorecard.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Luantitatif dan Kualitatif.* Bandung : CV.Alfabeta

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Luantitatif dan Kualitatif.* Bandung : CV.Alfabeta

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Luantitatif dan Kualitatif.* Bandung : CV.Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Luantitatif dan Kualitatif.* Bandung : CV.Alfabeta

Tika, P. 2006. *Budaya Organisasi Dan Peningkatan Kinerja*

Perusahaan.Jakarta : PT Bumi Aksara.

Trianto. 2007. *Model – Model Pembelajaran Inovatif Berorientasi Konstruktivistik.* Jakarta : Salemba

Umi Narimawati. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung : Agung Media

Vincent Gaspersz.2005. *Total Quality Management*.Jakarta : PT. Gramedia Pustaka U